

图书基本信息

书名：<<一天就能读完的《如何成为行销高手》>>

13位ISBN编号：9787501975143

10位ISBN编号：7501975140

出版时间：2010-3

出版时间：中国轻工业出版社

作者：凯伦·麦克格雷迪

页数：143

译者：吴庐春

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

我得承认，贝特格《如何成为行销高手》这本书买来后被我搁置了好几年。我才开始阅读这本书。

这是本有关销售的书。

我读过的销售类书籍太多了。

都不愿提及，没有哪本书能让我感到惊讶新奇，因为关于销售这个话题。能说的内容都被说过无数遍了。

当我阅读贝特格的这本书时。

发现真是名不虚传，书中的内容真是配得上它在社会上享有的盛誉。

让这本书成为经典之作的并不是书的内容，而是书中所传递信息的权威性。

我不知道贝特格长什么样，但他在写这本书时已经61岁了，书中所述就像是一位慈祥的老爷爷将自己那些来之不易的经验教训娓娓道来。

这是你和一位成功人士在对话，这个人在销售行业取得了成功。

而销售在我看来是世界上最难的职业之一。

在贝特格写这本书的时候，销售就已经是一门艺术，很多书籍和理论都向大家讲解如何可以通过“守门人”这一关、如何将产品卖给那些首席执行官、如何能获得回头客。

每个能让人信服的角度都被人挖掘过。

虽然事情非常复杂，但当我看到这些文字时，感觉不可思议的是，贝特格这种权威又简单的介绍方式更贴近我们的现代生活。

如果你要找的是一种轻松、便捷、无需努力的销售捷径。

那这本书(或者说作者写这本书的初衷)并不适合你。

贝特格所介绍的方法都不容易做到。

这些方法简单，但却不容易做到。

《如何成为行销高手》于1947年第一次出版发行。

尽管在那以后科技突飞猛进，现在全球市场也已形成，但销售这门艺术并没有太大的改变。

你我都不是从企业直接买东西，而是通过人来获取我们需要的东西，没有所谓的“企业—企业”的买卖方式，现在的销售人员只是多了一些方法将物品卖出去。

你可以设想一下，你是某个公司的采购人员。

你有没有自己偏好的供应商？

如果你是个诚恳的人，你会不会考虑价格或者综合考虑价格、质量和销售人员的品格来决定你要选择的供应商？

如果有人告诉我他只考虑钱，我会鄙视他。

一个人破产，从不是因为钱而导致的。

我记得我以前给一家营销机构做销售代理的时候，我的部分职责就是协调直邮推广的印刷和发行工作。

我会收到许多供应商发来的报价单，但我从不仅仅依靠价格来决定最终选择哪个供应商。

我依据的是我和那些供应商的关系。

哪些供应商是我喜欢的？

哪些供应商会愿意在我需要时给予配合，毫无怨言，帮我解决问题？

哪些人我可以一有疑问就打电话询问，不用担心被认为是白痴？

和谁交谈我会大笑？

所有这些因素影响我的选择。

这些都是人的问题，跟公司无关——也正是这样，贝特格的经验才能历久不衰。

销售让人具有安全感，给人赢得金钱的机会，你不需要有大学文凭就能胜任。

如果你能做好销售，你不用为失业发愁，你可以自己决定自己的薪酬。

贝特格将会告诉你如何成为一名行销高手。

内容概要

弗兰克·贝特格曾做过一个具有里程碑意义的决定，那就是对每件在做的事情都要充满热情，让自己的生活焕然一新。

作为一个保险推销员，这个决定让他成为一个传奇人物——29岁时，他是个失败的推销员；但到了40岁，他成为美国收入最高的推销员。

到底是什么营销秘诀让他告别昨日的失败，得到空前未有的名利双收呢？他于1947年出版了第一本书《如何成为行销高手》，披露失败的经验 and 成功的心路历程，教你如何找出自己失败的原因，让你知道一个成功的推销员所须具备的格调、精神和风采，从而迈向成功之路！

这本书历经长达近70年时间的洗礼，直到今天，仍然是全球畅销书。

在这本经典的现代解读中，作者用52个现代社会的例子对弗兰克·贝特格的《如何成为行销高手》进行了阐释，使贝特格书中的见解重获活力。

验证了这些见解永恒的真理性，这些出色的阐释就像是对这本享有盛名的关于销售的书所做的优美伴奏。

作者简介

弗兰克·贝特格 (Frank Bettger) 29岁时, 贝特格是个失败的推销员; 但到了40岁, 他成为美国收入最高的推销员, 拥有一整片郊区房地产, 成为美国顶尖保险业务员。他另著有畅销书《如何使营销的收入加倍, 快乐也加倍》、《保险大赢家》、《成功推销改变了我一生》等。

书籍目录

引言第一章 懒人将一无所获第二章 善用心理暗示第三章 在逆境中寻找机会第四章 善用巧合第五章 锚定：在处事方式中加入热情第六章 量化目标第七章 注重细节第八章 行动起来第九章 “说”出你的成功第十章 自我管理能力第十一章 知其所需，投其所好第十二章 不断学习第十三章 别总谈论你自己第十四章 制定计划，时刻做好准备第十五章 把握关键所在第十六章 学会提问第十七章 动和和恐惧第十八章 建立信任第十九章 由衷赞美他人第二十章 设想结局第二十一章 和客户会面对多用“你”第二十二章 确立目标第二十三章 不要和别人争论第二十四章 “为什么”的重要性第二十五章 沉默是金第二十六章 诚实是上策第二十七章 敢于承认不足第二十八章 知道自己该做什么第二十九章 表扬你的竞争对手第三十章 不要夸大其词第三十一章 口耳相传的重要作用第三十二章 注意穿着第三十三章 微笑第三十四章 注意自己的情绪第三十五章 记住别人的名字和长相第三十六章 要简洁明了第三十七章 害怕时，请坦然承认第三十八章 合理定位，循序渐进第三十九章 尊重守门人第四十章 熟能生巧第四十一章 充分展示你的产品或服务第四十二章 和客户保持联系，让他们记住你第四十三章 从老客户那里挖掘新客户第四十四章 付诸行动第四十五章 循循善诱，积聚势头第四十六章 对未来充满信心第四十七章 从错误上吸取教训第四十八章 思想会影响我们的行为第四十九章 纪律第五十章 平常心是道第五十一章 勇往直前，坚持不懈第五十二章 富兰克林成功的13条必备要素结论

章节摘录

第二章 善用心理暗示贝特格将球队经理说的话铭记于心。

并决定在康涅狄格州的纽黑文一试身手。

“从我进入这个行业开始，我就像台充满电的机器，像个身经百战的战士……这样有用吗？当然有用。

就像施了魔法一样。

”贝特格说，当时他并非真的充满热情，只是在伪装。

就算气温有三十七八度，他也表现得极富热情。

他发现这样做的结果是：热情使他几乎完全克服了紧张和恐惧。

事实上，他发现当他做得比自己想象的更好时，这些情绪能促进他的工作。

他的热情很有感染力，受他影响，团队里的其他人也变得更有热情。

高温影响不到他——他感觉现在比以前任何时候都好。

为什么想象能有这样的作用呢？

因为思维不能区分事情是实际存在的还是想象中的。

美国心理学家和整形外科医生麦克斯韦，莫尔茨在他具有开创性意义的《心理控制术》一书中写道：

“实验心理学家和临床心理学家都证明，关于人类的神经系统不能区分‘实际’发生的事情和你在头脑中构想出来的事情。

”这是什么意思呢？

就是说如果你想象自己有某种情绪，比如说自信或热情，那么你的头脑和身体都会创造自信和热情的条件。

这样的话，你就可能会表现得似乎你已经具有了某种特质，慢慢的，你就会形成这种特质。

这里并不是说你可以凭想象认为自己能开车，在现实中你就能开车——开车是一种实际技能，你必须先学习才能掌握。

而热情或自信。

你是知道这些是什么的，它们是一些看不见的心理状态，而不是一种具体技能。

像热情这种情绪出现时会有一些特殊的化学特征。

头脑和身体都会创造热情所需要的条件来引发这种情绪。

当你对某件事情感兴趣，你的身体就会分泌像内啡肽之类的化学物质，你会感受到这种感觉的。

但较少有人知道的是，如果你想象自己有某种情绪，仅靠我们的思维也可以引起相同的反应。

因为大脑不能区分想象和现实，所以想象也能带来相同的结果。

也就是说，对于你的情绪和想法，你能做的比你想象的要多。

最让贝特格兴奋的是第二天早上当地报纸刊登了一篇关于他的报道：“这位新选手——贝特格，热情洋溢，让我们的职员也热情倍增。

”就10天的时间，热情就让他收入增加了7倍，2年后，他的收入翻了30倍。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>